

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

2

2016

总第251期



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办
中国国际商会纺织行业商会

月刊
2016年2月20日

特别报道

"十三五"全面小康"决胜阶段开局年：行业展会有担当 ——2016中纺联春季联展即将启幕

行业动态

- ★2015年纺织服装十大分行业经济运行分析汇总
- ★行业领军人物畅谈新年发展思路
- ★保持对美纺服出口增长须付出更大努力
- ★工信部将制定多个行业化解过剩产能方案
- ★东莞六百家纺企抱团共建纺织同盟

对外贸易

- ★高虎城：当前我国外贸形势和"一带一路"进展
- ★1月份我国外贸运行呈现五大特点
- ★首月出口普降 稳外贸更多政策或出台

政策法规

- ★国务院：继续发展纺织服装等产业
- ★金融支持工业稳增长调结构增效益意见出台
- ★国务院确定金融支持工业增效升级措施
- ★国务院五举措促科技成果转化

国际市场

- ★2016年非洲经济增长乐观
- ★越南可能取代中国成为全球最大棉花进口国
- ★2016年1月巴西自中国进口纺织品增长7.91%
- ★2015年美国棉纺织品进口增长4.9%
- ★来自12国代表在新西兰正式签署TPP协议
- ★英国企业看好缅甸市场
- ★2015年越南稳居全球五大纺织品服装出口国之列

展会专题

- ★2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会亮点颇多
- ★2016春季纽约展：品牌影响力不断提升 客户粘度持续走高
- ★匠心十年琢成器 2016法国春季展如约而至
- ★2016春夏面料展：预登记助你轻松观展
- ★2016春季家纺展：免费微信观众预登记开通啦
- ★2016春夏纱线展：观众预登记正式启动
- ★2016春夏面辅料展：特色展区抢先看



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	05	2015年纺织服装十大分行业经济运行分析汇总
	07	行业领军人物畅谈新年发展思路
	08	保持对美纺服出口增长须付出更大努力
	09	工信部将制定多个行业化解过剩产能方案
	09	东莞六百家纺企抱团共建纺织同盟
<hr/>		
对外贸易	09	高虎城：当前我国外贸形势和“一带一路”进展
	11	1月份我国外贸运行呈现五大特点
	12	首月出口普降 稳外贸更多政策或出台
<hr/>		
政策法规	13	国务院：继续发展纺织服装等产业
	13	金融支持工业稳增长调结构增效益意见出台
	14	国务院确定金融支持工业增效升级措施
	14	国务院五举措促科技成果转化
<hr/>		
国际市场	15	2016年非洲经济增长乐观
	15	越南可能取代中国成为全球最大棉花进口国
	16	2016年1月巴西自中国进口纺织品增长7.91%
	16	2015年美国棉纺织品进口增长4.9%
	16	来自12国代表在新西兰正式签署TPP协议
	17	英国企业看好缅甸市场
	17	2015年越南稳居全球五大纺织品服装出口国之列
<hr/>		
展会专题	17	2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会亮点颇多
	19	2016春季纽约展：品牌影响力不断提升 客户粘度持续走高
	20	匠心十年琢成器 2016法国春季展如约而至
	22	2016春夏面料展：预登记助你轻松观展
	23	2016春季家纺展：免费微信观众预登记开通啦
	23	2016春夏纱线展：观众预登记正式启动
	24	2016春夏面辅料展：特色展区抢先看

纺织贸促

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国国际贸易商会纺织行业商会
内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

刊头题字：杜钰洲

顾问：王天凯 许坤元 张延恺
陈伟康 徐晋昶 富荣沛

编辑委员会：徐迎新 杨兆华 林云峰
梁鹏程

主 编：梁鹏程

执行主编：林学森

副 主 编：孙 凌

地址：北京东长安街12号436室

邮编：100742

电话：(010) 85229397

传真：(010) 85229196

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com

“十三五” “全面小康” 决胜阶段开局年：行业展会有担当 ---2016中纺联春季联展即将启幕

杨柳青青江水平，柳枝摇曳似蜻蜓点水伊人罗衫飘舞。

吹面不寒杨柳风的沪上3月16-18日，目前世界上规模最大的会展综合体—国家会展中心(上海)将再次迎来由中国纺织工业联合会“舰队”倾力打造的集“商贸、品牌、科技、趋势和时尚”于一体的，涵盖纺织行业产业链，包括“纱线、面辅料、家纺、服装服饰、针织产品”在内的2016年纺织春季联展，按上下游排序分别为：

- 第13届中国国际纺织纱线(春夏)展览会
- 第22届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会
- 2016年中国国际家用纺织品(春夏)博览会
- 第24届中国国际服装服饰博览会(春季)
- 2016年中国国际针织(春夏)博览会

届时，将有来自11个国家和地区的300多家纱线企业；来自28个国家和地区的3200家纺织面辅料企业；来自国内近170家家纺品牌企业；来自20个国家和地区的1300多个服装品牌和来自国内近百家针织品牌企业，合计超过5000家的纺织全产业链展商，汇聚在轻盈秀美、象征幸运的建筑“四叶草”之下，打响在“十三五”、“全面小康”决胜阶段开局之年，纺织行业转型升级“爬坡过坎”关键期的第一枪。

2016年是我国国民经济和社会发展第十三个五年规划和全面建成小康社会决胜阶段的开局之年，是国家推进结构性改革的攻坚之年，也是纺织“十三五”时期开好局走好路，最终实现纺织强国目标的关键之年。今年以来，国际经济形势不确定因素仍在持续增加，世界经济低迷和国内深层次矛盾凸显的严峻挑战使国内经济下行压力增大。

得益于纺织行业市场化改革的先发优势，虽然面临来自国内外异常复杂严峻的宏观形势，面临行业本身低要素成本比较优势的消失以及来自周边国家低要素成本优势的激烈竞争，2015年纺织行业经济指标表现好于全国工业平均水平，成为支撑中国工业经济增长的支柱产业。但是，粗放型的发展模式积累下来的结构性矛盾和问题同样透支了纺织行业的未来增长，行业内出现了“冰火两重天”的分化现象。有持续保持两位数利润增长的优秀企业，同时也有许多企业面临生存危机。究其原

因，固然有全球性和国内阶段性因素的影响，其根本是结构性问题。生活状态改变了市场需求，产品结构不适应市场需求变化，必然导致产能过剩，库存增加。企业效益不好表面看是有效需求不足，实际是有效供给不足，所以出现这样的现实经济现象：一面是制造大国产能大量过剩；一面是国人出国疯狂购物——消费者买不到想要的东西。

所以，2015年中央经济工作会议强调，推进供给侧结构性改革，是适应我国经济发展新常态的必然要求。在“三去一降一补”供给侧结构性改革任务中，去库存，去产能是纺织行业的一项重要任务。

行业展会作为市场性和展示性相融合的一种特殊经济形式，具有联系交易、整合营销、调节供需、技术扩散、产业联动、促进经济一体化等功能。发挥利用好这些功能，对现阶段正处于转型升级“爬坡过坎”关键期的纺织行

业无疑会是一个难得的机会。

即将于3月16日开幕的纺织春季联展为纺织行业上中下游企业打造了交流展示的平台，企业可以看看风向，把把终端消费者的脉搏，多推出一些彼此需要的产品。不仅如此，在展会现场，有自主品牌和创新能力的企业可以尽情地收获订单，充分展示宣传企业形象、品牌，引领消费需求；接单情况不理想的企业可以学学同行，了解什么样的产品能满足市场需求；想要引领行业的龙头企业，可以看看展会现场的国际流行趋势，看看业内国际顶级企业的产品与设计，还可以听听展会现场的各种论坛，总有一个主题让你受益匪浅。采购商自由在地选择，供应商在近乎完全竞争的市场环境中被选择——供需双方在这里充分接触，哪些是有效供给，哪些是“过剩”产品，一目了然。所以，行业展会在结构性改革攻坚之年当有作为。

集纺织面辅料“三品”之大成

--第22届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会

本届春夏面辅料展展商近3200家，展出规模16万平方米，展品涵盖各类衣着用面料、辅料，集“三品”之大成：品种多样、品质优良、品牌众多。展商按展品类别分布在国家会展中心(上海)的6个展馆：

6.1、6.2号馆——时尚女装面料：本届展会最大的展区，展商近1100家。区内按面料成分又分为化纤面料区、棉纺面料区、麻纺面料区和被誉为“时尚花旦”区的丝绸、提花、印花、蕾丝绣花、长毛绒及皮革皮草展区。

7.1号馆——正装面料、衬衫面料：汇聚毛精纺、毛粗纺及化纤仿毛三种正装面料展商约250家以及近130家衬衫面料展商。

7.2号馆——国际馆（内设跃动牛仔区）：汇聚500家海外展商。包括法国专区、时尚欧洲馆、精品毛纺展区、花样设计区、可持续发展专区、功能面料区以及国际潮流趋势区。

8.1号馆——辅料、运动功能性面料：汇聚近300家辅料展商，以产品类别细化分区。

8.2号馆——休闲装面料：汇集400多家展商。

展团阵容：

中国麻纺行业协会展团——精品麻纺类面料；

湖州贸促会展团——正装面料、女装丝绸面料、休闲装面料、运动功能面料和衬衫面料均有涉及；

海宁经编产业园区管委会展团——运动功能类面料、内衣泳装面料等；

盛泽中国东方丝绸市场协会展团——女装化纤面料、休闲装面料；

杭州市萧山区纺织化纤（印染）行业协会展团——正装面料、女装面料；

福建长乐市针织（经编）工业协会展团——内衣泳装面料；

苏州市吴江区平望镇经济服务中心展团——休闲装面料。

据悉，工信部正在制定三年的增品种、创品牌和提品质“三品”行动计划，此举应是供给侧结构性改革在消费品行业的重要举措。增品种、提品质是纺织行业这几年拼命追求的，目前行业最大的短板是品牌。但本届春夏面辅料展上，将不乏三品，让我们拭目以待。

大变革时代 生态圈“共生进化”

--第24届中国国际服装服饰博览会（春季）

助力行业前行二十余载的中国国际服装服饰博览会（CHIC），2016年春季将着力产业生态的全方位展现。在3月16-18日的三天展会

时间内浓缩品牌生态圈、渠道生态圈的全景描述，助力服装品牌在快速变化的生态圈中找到自己、发现自己，并与渠道生态快速匹配、进化共生。

本届展会仍将以专业品类板块、特色板块及展中展板块的形式呈现。分布在国家会展中心（上海）1、2、3和4.1号馆

其中，牛仔世界、设计力量、原创品牌、CHIC潮流品牌展区和ODM智造等特色展区和展中展将持续发布。

专业品类展区中，商旅男仕、型走天下、最美女人、环球风尚、雍容革调、烂漫童真、饰界之履和配套资源蓄势待发。

本届展会还将通过T台秀、论坛和展区活动等不同形式的动静态活动，满足不同发展阶段品牌的多样化需求，为品牌战略发布、产品展示、观点分享提供优质的多维度的活动推广平台。

本届展会将有更多品牌企业、制造企业、与服装相关联产业及终端渠道资源的融入，尤其是针对终端渠道资源进行的选择优化；也将着力呈现渠道生态的多样性和针对性：对经销、加盟代理商信息不断扩充；对百货和购物中心资源进行优化；对电商平台、买手、多品牌店的挖掘；对融资并购、跨界合作资源的吸纳；以精细化方式面向二十多类渠道商展开针对性邀请。

一个梳理品牌生态圈的机会将展现在你面前，是以变应变、更加适应环境，还是循规蹈矩、保守停滞，一切将由你决定。

携家纺全明星阵容 重新启航

——2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会

3月16-18日，2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会将在国家会展中心（上

海）5.2号展馆重新启航。27000平方米的展出规模，汇聚来自国内家纺全明星阵容近170家展商，十大重点展团集结上阵。

罗莱、梦洁、富安娜、梦兰、孚日、大东、蓝丝羽、紫罗兰、金太阳、巴贝、洁丽雅等一大批家喻户晓的知名品牌将携其精品悉数到场。

继去年秋季家纺展上的合作，本届展会上京东家纺再次亮相；展会现场设立的电商与加盟活动论坛互动区等一系列丰富多彩的配套活动增加了展会内涵。

开幕当天下午的废旧家纺再利用产业联盟启动仪式、多屏时代的行业变革论坛以及17日“智·时代”家纺电商与加盟主题宣讲区上的“家纺智能制造”技术论坛、家纺实体零售趋势解读、科技改变生活方式和经商之道、中国家纺企业家论坛暨中国家纺品牌传媒影响力大奖等一系列互动活动，将集聚业内众多大咖进行头脑风暴，探讨行业在电子商务及智能科技领域的发展前景和发展方式，为企业指点迷津，把握未来市场走向，助力家纺行业转型升级。

独立成馆 服务升级

——第13届中国国际纺织纱线（春夏）展览会

本届纱线展位于国家会展中心（上海）的5.1号馆，首次独立成馆展出。往届纱线展由于参展企业和展出面积较少，都与其他展会混合在一个展馆内展出。

随着纺织行业转型升级取得初步成效，业内企业通过展会推广新品和树立品牌形象的诉求日益强烈，单个企业参展面积较以往均有大幅增长。同时，国内展区除了传统展示区外，新增加了创意花式纱区和“互联网+”电商区，这不仅提升了展会内涵，也成为展会的一个新增长点。

本届展会展览面积近15000平方米，有300多家来自印度、印度尼西亚、韩国、巴基斯

坦、乌兹别克斯坦等11个国家和地区的展商，其中国内展商210多家。由自然棉纱区、多彩化纤区、创意花式纱区以及“互联网+”电商区四大全新展区组成的展会，将充分展示纱线作为纺织产业之源的独特魅力。

本届展会首次在展馆里设立了高端论坛区，观众在展区内就可以与知名行业专家和企业负责人近距离接触，聆听他们的精彩演讲，获取纤维、纱线行业最新的动向及发展趋势。

除此之外，展会主办方还将在展会上精心增设多个配套功能的服务区，包括互动体验区、咖啡餐饮区、休息区、媒体区等，为展商和观众营造轻松、舒适的展会氛围。

濮院、大朗、清河 三大针织集群一起来

——2016中国国际针织(春夏)博览会

本届春夏针织博览会将以中国国际服装服饰博览会“展中展”模式呈现，位于国家会展中心（上海）1号馆，重点关注和服务于针织品牌企业和产业集群。本届展会展览面积近7000平方米，吸引了近百家针织品牌企业前来参展。

届时，鹿王、鄂尔多斯、兔皇、浅秋、圣地欧等众多针织衫知名企业将和浙江濮院、东莞大朗、河北清河三大针织产业集群集中亮相，演绎“勾勾搭搭 圈圈套套”的精彩。

濮院：毛衫时尚小镇

濮院，这个杭嘉湖平原上傍运河而生的小镇，曾经是明清时期的“日出万匹绸，嘉禾一巨镇”，而今则成为了中国毛衫名镇。在这里有一条包括纺织、印染、机械制造、包装、检验检测等在内的完整产业链，这也让濮院成为目前全国毛针织产业配套最齐全的纺织产业集群。

大朗“淘工厂”：强化区域品牌 转战内销市场

近年来，大朗把握“互联网+”新机遇，积极发展“互联网+毛织”新产业新业态，推动经济增长方式转变和产业结构转型升级，强化区域品牌，转战内销市场。

清河模式：互联网将羊绒衫原料产地优势放大

作为享有“中国羊绒之都”、“中国羊绒纺织名城”美誉的清河县，不同于大朗和濮院的发展模式，而是借力电子商务闯出了独特的清河模式，将羊绒衫原料产地优势放大。相关数据显示，清河网店数达23000家，年销售额突破30亿元，从业人数超过了六万人。

期待，3月16日，国家会展中心（上海），2016纺织春季联展盛大开幕！

2015年纺织服装十大分行业经济运行分析汇总

年前，中纺联各大专业协会都推出了行业经济运行分析，看看大标题，多是“大体平稳，减缓，下滑，不明朗”这些类似的用词。但细细梳理，各有不同。

棉纺织行业

在全国经济增速下滑的背景下，2015年我国棉纺织行业平稳运行，尽管国内外需求紧缩，部分地区产能有所下降，出口形势严峻，但全国骨干型企业通过加快设备升级、产品结

构调整以及新产品开发，加强企业内部管理等措施，努力降低生产成本，提高生产效率，提升企业自身竞争力。2015年行业运行特点可概括为：市场需求疲软，价格弱势，出口受挫，企业加强内功修炼，效益稳中向好。

化纤行业

2015年，在适应接二连三的突发事件、供求不平衡，适应油价暴跌、股市暴跌，以及适应深化改革的新形势中，化纤行业可谓有惊无

险地渡过了又一年的调整期。

国家统计局数据显示，2015 年化纤产量同比增长、增速有所回升。市场需求低迷，传统旺季不明显。下半年，受国际油价下跌影响，合成纤维价格持续走低，而粘胶纤维却走出独立行情。投资增速明显下降，但新开工项目数增速逐渐恢复。效益方面数据好于感受。聚酯涤纶行业效益上半年好于下半年；锦纶行业效益平稳；粘胶纤维行业下半年较好；腈纶行业总体扭亏为盈；氨纶行业效益下滑。

家纺行业

2015 年 1-11 月行业经济运行数据显示，家纺行业总体稳定，规上企业主营收入与上年同期持平，行业质量和效益稳步提升，出口负增长程度进一步扩大且地区分化较为明显，投资进展顺利。

服装行业

2015 年，面对经济减速调整、出口需求持续低迷、国内消费升级变革、要素成本持续攀升等复杂发展环境，我国服装行业积极应对，加快结构调整和转型升级，全行业总体发展基本良性，主要经济效益指标平稳增长。

产业用纺织品行业

根据国家统计局数据，2015 年前 11 个月行业规模以上企业的主营业务收入和利润总额分别增长 6.51% 和 14.44%，工业增加值增长 12.4%，行业利润率增长 5.9%，出口与 2014 年基本持平略有增长。根据中国产业用纺织品行业协会对 140 家企业的调研，行业的景气指数为 72.3，企业家对全年的经营情况满意度较高。

印染行业

2015 年我国印染行业积极加快结构调整、转型升级，使得全行业经济运行总体平稳，1~11 月份规模以上企业在产量降幅进一步加大的情况下，主营业务收入、利润、固定资产

投资及出口量等主要经济指标实现增长，增幅同比有所回落，但较上半年小幅回升。

毛纺行业

2015 年毛纺行业生产总体放缓，贸易形势下滑，出口呈现不小的跌幅，总体运行形势也不及纺织行业的平均水平。虽然 2015 年毛纺内销出现过旺势，但从全年看，行业发展并不乐观。

长丝织造行业

2015 年全球经济持续低增长，国际贸易下降，美国经济复苏动力不足。受此影响，我国 GDP 增速下降至 6.9%，创 25 年来新低，国内市场需求疲软、人口红利减少等因素增加了经济下行压力。在此环境下，我国纺织经济增长缓慢。尽管如此，长丝织造行业通过优化产品结构、促进技术进步、鼓励企业积极创新，基本实现了全年经济的平稳运行。

针织行业

2015 年，受各国消费普遍不振的影响，中国针织行业的出口竞争明显加剧，行业整体虽稳中有增，但在发达经济体的贸易保护措施下，产业转移已经日渐显露。未来，如何利用产品精细化探索升级？如何利用新的制度红利实现外贸增长？如何发挥针织工艺的灵活多变在互联网平台形成长尾优势？这些问题成为行业共同关注的热点。

麻纺织行业

2015 年中国麻纺织行业延续“缓增长”新常态，行业呈现增速放缓，企业税负和成本过高，投资拉动效果不明显，进出口增速放缓等特点。

2015 年，面对国际市场需求持续疲软，国内市场下游服装、家纺等产品库存高企，消费需求增长乏力，行业外贸出口持续下滑。

行业领军人物畅谈新年发展思路

"十三五"时期头几年,纺织行业依然面临国内经济增长动力较弱,外部环境复杂多变的局面,依然面临要素成本、环境保护成本、棉花以及融资等方面的压力。如何应对行业所面临的困难?《纺织服装周刊》分享了几位行业领军人物的真知灼见。

江苏阳光集团有限公司董事长 陈丽芬

关于纺织行业的未来发展的三点看法:

一是加快转型升级,发展高端制造业。低成本优势在我国已逐渐消失,发达国家制造业回流,双重压力使传统制造业的转型升级显得更为急迫。毛纺行业作为传统制造业,必须融合互联网、物联网等新一代信息技术,通过智能转型,实现产品设计、加工制造、运作管理、售后服务的全面升级,在传统制造业中培育新的业态和模式。

二是立足放眼全球,推动国际化发展。中国经济已经不可逆转地融入到全球,传统制造业也应立足和放眼全球。譬如,在当前中国纺织业面临发达国家“再工业化”和东南亚、南亚竞争优势突显的双重压力下,亟需企业在全中国范围内整合价值链,在全球寻求业务的发展和资源的最优配置,充分发挥自身的优势和原有的合作资源,利用全球行业发展周期转换的大好机遇,实现产业扩张、项目获取、行业抄底等。目前,阳光正在策划在海外直接投资办厂,转移低端制造环节,进一步降低生产成本,合理规避关税、汇率等方面的外贸市场风险。

三是实施并购重组,促进品牌建设。在新的形势下,除了转型升级,也要充分利用资本工具和金融手段,实现产业和金融的协同,既确保现有业务的平稳有效发,又能有效支撑潜在的扩展和并购。当前,阳光正在积极寻求国内外合作机会,继续通过资本运作等多种形式,参与国际品牌和国内中小企业的并购重组,主攻品牌和渠道建设,实行轻资产的经营

发展模式。

魏桥纺织股份有限公司董事长 张红霞

2016年是“十三五”规划开局年,这对于企业未来的发展至关重要。在未来的发展中,既要把科技水平进一步提高,同时还要把产业链向终端继续延伸,加快向高端制造方向转变。

首先要实现由一般加工向高端制造加快转变。对照《中国制造2025》规划纲要,魏桥纺织必须坚持实事求是,一切从实际出发,围绕着现在的产业状况,朝着打造智能制造平台而努力,逐步实现设备智能化、过程智能化、管理智能化,降低生产用工,减轻劳动强度,提高生产效率,提升企业核心竞争力。

其次要加快实现由制造环节为重向研发生产销售并举转变。注重科技创新方面的投入,而在未来的发展中仍将继续加强科技创新,深化产学研合作,加强新产品开发;在高档精梳、多种纤维混纺、功能化纤维混纺及高支高密、交织织物和功能性整理面料上狠下功夫;在服装流行趋势及研发设计方面狠下功夫,不断提高技术档次和附加值。此外,还要继续加大与行业内研究机构及相关院校的合作力度,在产品标准、创新研发等领域引领行业发展。

再次是要加快实现由依靠线下向线上线上并举转变。在新的一年里,企业将会加强营销队伍建设和客户关系管理,积极开展电子商务营销,丰富营销手段,扩大覆盖范围,奋力开拓市场。同时积极响应国家“一带一路”建设,培养全球化的战略思维和开放视野,立足全球配置资本、人才、技术、市场等各类资源,逐步实现战略、运营、管理、文化全球化。

除此之外,还要更加注重质量管理,不断追求卓越。“一个企业要想做大做强,必须坚持质量优先。”

波司登国际控股有限公司董事局主席 高德康

面对行业发展的机遇与挑战，波司登始终不忘初心，耕耘在创新发展之路上。回望2015，走过的每一段路程都体现着坚守的力量。

刚刚过去的2015年，中国服装业风光与困顿交织，创新与挑战同在。这一年，经济下行压力持续增大，制造业产能过剩，营销业绩遇冷，关店去库存，中国服装从未如此左支右绌、进退维谷。这一年，经济新常态、“互联网+”、“一带一路”、跨界并购自救、机器人促升级，千万从业者投身“大众创业、万众创新”的时代洪流，在澎湃激荡的大变革中迸发出生生不息的新活力。

市场永远青睐勇于创新变革的真强者。2015年波司登苦练内功、逆势而上，着力培育国际国内两个市场，持续提高发展质量和经营效益；借力意大利米兰世博会，张扬时尚自信

布局欧洲市场；引入智能模板机，推广应用智能制造；立足“品质+”的价值提升导向，推动线上线下融合发展；深化跨国合作，共同培育新业务板块增长点；发起成立“纺织供应链绿色制造产业创新联盟”，积极履行社会责任。以创新驱动和绿色制造先行者的姿态，阔步迈向国际服装产业链的中高端。

2016年是“十三五”开局之年，服装是常为新的永远的朝阳产业，努力转型成为世界知名综合服装运营商，与时俱进、吐故纳新，充满发展活力。

当工业4.0时代插上“互联网+”、“一带一路”的翅膀，中国服装必将在跨越国界的全球化竞争中鹰击长空、鸿飞万里。百年大计，不让须臾，波司登人将积极贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念和“24字企业精神”，以使命、专注、创新、责任为全球消费者提供令人激动产品和服务，收获新的梦想与希望。

保持对美纺织服装出口增长须付出更大努力

据海关统计，2015年我国纺织品服装对美国出口同比增长6.7%，同期中国纺织品服装出口整体同比下降4.9%。

对此商务部发言人沈丹阳表示，纺织服装是我国传统优势产业，希望今年的纺织品服装对美出口继续保持增长势头，但是面临三个难点：

一是受世界经济复苏缓慢、国际市场需求疲弱的影响，以及国内要素成本上升的制约，目前我国纺织品服装出口已经出现总体下降和对美国出口增速放缓的局面。比如，从2015年欧美纺织品服装进口的情况看，欧盟进口下降8.8个百分点，美国进口增速仅为4%。

二是一部分产业和订单向东南亚、南亚等低成本国家转移，使得周边国家纺织服装产业

迅速崛起，挤占了我们一部分对美国出口市场的空间。不过需要注意的是东南亚南亚的一些纺织服装企业也是由中方投资的企业。

三是一些国家货币大幅度贬值，造成人民币被动升值，削弱了我国产品价格竞争力。

“今年要保持对美国纺织服装出口持续增长，必须付出更大努力。”沈丹阳坦言。



工信部将制定多个行业化解过剩产能方案

日前，全国工业和信息化工作会议在北京召开，会议就2016年的工作重点布置了八项任务，其中提升供给质量、效率和调整存量、化解过剩产能被放在了2016年工作重点的首要两位。

工信部部长苗圩介绍，工信部日前开展一项关于境外消费回流的调研，结果显示，促进境外消费回流最根本的措施就是增加有效供给，在增品种、提品质、创品牌上花大力气。工信部为此确定将在2016年开展改善消费品供给专项行动，促进轻工、纺织、食品、医药、

智能硬件等产业创新发展。同时，开展质量品牌提升行动，以食品、工业消费品为重点，推广质量标杆经验；组织共性技术攻关，建设一批产品质量控制和技术评价的实验室。

当前中国经济产能过剩问题突出，化解过剩产能成为当务之急。会议报告也明确表示，工信部2016年将制定实施机械、汽车、轻工、纺织、电子、建材等重点行业分业施策专项方案，支持困难行业加快去产能、去库存、降成本，实现产品升级、转型转产、扭亏增盈。

东莞六百家纺企抱团共建纺织同盟

传统产业正面临转型潮，单个企业转型不如抱团取暖。日前，东莞600多家纺织企业自发组建纺织同盟，以达到“资源共享、合作共赢”的目标。

东莞市和玛毛纺织品董事长戴乔良坦言，去年5月18日提出这样的想法，8个月就有600多家毛织纱线企业加入，可见大家对资源共享充满了期待。

毛织企业线上集聚，推动了大朗电子商务产业的迅猛发展。最新统计显示，目前大朗镇共有电商企业及个体户5639家，其中毛织类电子商务企业3343家。2015年，全镇毛织类电商销售额61.3亿元，同比增长56.17%。不少毛织企业负责人表示，自涉足电子商务以来，公司

销售额倍增，品牌影响力也在逐渐扩大。

2015年，大朗还设立200万元的专项扶持资金，鼓励本土毛织企业上线“淘工厂”，进一步提升大朗毛织线上线下集聚力、提升区域品牌竞争力。同时，还实行“走出去，引进来”的方式，多次组织大朗电商团队外出参展、考察学习，到全国电商发展先进区域学习经验。

戴乔良认为，互联网已经逐渐成为每个人生活工作上不可或缺的依赖，毛织纱线行业的电子商务也是一种趋势，而大家抱团共建纺织同盟，不仅可以整合上下游资源，也可以增添大朗毛织的品牌力量。

高虎城：当前我国外贸形势和“一带一路”进展

1月份中国外贸进出口仍然在下滑，除了中国传统节日的影响，民工大量提前返乡等因素之外，全球主要经济体的进出口都是下滑的，大部分都下滑10%以上。从全球的贸易和经济

发展上来说，中国1月份的外贸延续了2015年的形势。

在2015年政府工作报告当中，2015年全

年的外贸进出口预期目标是增长6%左右。全年实际进出口按美元计算是8%的负增长，其中出口下降2.9%，进口下降14.1%，进出口总额是39600亿美元。

虽然有这么大的差异，中国的外贸仍然是一份满意的答卷。因为2015年全球贸易都在负增长。最近世贸组织公布的2015年71个主要经济体的进出口数据，出口下降11%，进口下降12.6%。当全球贸易都在增长的时候，中国的增长速度是高于其他主要经济体的，当全球的贸易都在下降的时候，中国的下降幅度是最低的。中国仍然保持着全球货物贸易第一大国的位置，而且在全球货物贸易的份额当中有了比往年更快速度的提升，由占全球贸易总额的12.2%提升了一个百分点达到13%以上。

我们应该调整思维，我国外贸确实到了传统行业要提质增效、新的行业要创新发展的阶段，这里面也有一个速度的转换，这也是我们提质增效和创新发展必须要迈过的一个槛。

2015年中国外贸的成绩来之不易有以下几个原因：

一是中国的工业体系非常完整，产业链条很长，配套能力很强；

二是中国有很强的创新能力，实际上从2008年国际金融危机，企业已经开始主动调整。创新精神是不可或缺的，这也是中国非常强的一个竞争力；

三是新兴业态的发展，包括传统产业的转型，也包括新兴业态的创新，比如说跨境电子商务，杭州进行的跨境电子商务的试点，当年一年就新增出口100亿美元；

四是政府大力为企业创造一个便利化、高效率、法治化的营商环境，简政放权，清理各种税费，提高办事效率，减轻企业负担，在这方面有着明显的改善，特别是在解决企业融资难和融资贵的问题上下了很大的力气，各个金融机构都给予了很多支持，采取了多种形式帮助外贸企业发展。这些好的趋势在2016年还会

继续延续下去。

关于人民币大幅贬值或升值对出口的影响，首先我不认为人民币大幅贬值或升值是对进口商或出口商有益的。在经济全球化深入发展的今天，著名跨国企业、行业当中的领头企业，都是在全球配置生产要素。比如，最近中国的一家大型服装生产企业联合一些上下游企业，在南亚一个国家建立了一个服装工业园区，投资130多亿元人民币，用两到三年的时间形成每年出口50亿美元服装产品的能力，就业达到20-22万人。这家企业就是在全中国配置资源。中国的劳动力成本对服装这个传统产业来说已经不具备竞争力，但是，这个行业当中的中国设备、中国技术、中国资金、中国管理和中国的原料和辅料是其竞争优势。

所以，一般的理论认为，在各国经济深度融合的背景下，货币的贬值和升值，如果没有超过10%的话，对贸易构成的影响是微乎其微的。所以，我并不认为最近一个时期人民币进行中间报价之后的一些波动会对贸易产生很大的影响。

“一带一路”倡议的实施情况和意义：

“一带一路”是中国在新时期对外开放和经济外交的顶层设计，是新时期中国对全球合作发展、共同繁荣的一个中国建议和中国方案。习主席提出这样一个重大的合作倡议，实际上是借用一个历史的“丝路”符号，推动和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢，这就是我们理解的丝路精神。

“一带一路”倡议的实施，不是以意识形态、发展道路、发展模式或者发展水平为标准来划定界限，而是以政策、贸易、货币、基础设施、人文等方方面面的交流合作来实现互利共赢，秉承共商、共建、共享原则，是一个开放包容的合作倡议，是促进全球合作共赢发展的倡议，是一个中国方案。

两年来，这个倡议得到越来越多人的响应、关注和热议，全球著名的一些研究机构都

开始研究“一带一路”的实施，都在研究它给全球合作和发展带来什么样的影响。目前已经有60多个国家积极响应，一些国家同中国进行了战略对接，并且提出了具体的合作想法。

两年多来，“一带一路”建设已经取得了一些收获，一批重大项目已经开工，中国的西部成为了在新形势下对外开放的一个前沿，中部的开放加快推进，东部迎来了再一次的产业升级、合作升级。

我们的境外经贸合作区建设取得了积极进展。在巴基斯坦、斯里兰卡、白俄罗斯、泰国、埃及、肯尼亚等有很多例子。现在我们在世界各地已经设立了75个境外经贸合作园区，为所在国创造了大量税收和就业。只要我们坚持共商、共建、共享的原则，就能够和世界各国一道集思广益、相向而行，“一带一路”建设将取得更多的合作成果，惠及更多的国家和人民，共同推动全球经济的繁荣和发展。

1月份我国外贸运行呈现五大特点

从商务部召开的例行发布会上获悉，受外需不振和进出口价格下跌影响，1月份，全国进出口1.88万亿元，同比（下同）下降9.8%。其中，出口1.14万亿元，下降6.6%；进口0.74万亿元，下降14.4%；顺差4062亿元，增长12.2%。剔除价格因素，进出口、出口和进口降幅分别收窄至0.9%、0.5%和1.5%。外贸运行主要呈以下特点：

一是一般贸易占比提升。

一般贸易进出口10806亿元，下降9%，降幅低于整体0.8个百分点，占进出口总额的57.4%，同比提高0.5个百分点。加工贸易进出口5338亿元，下降14.5%。其他贸易进出口2668亿元，下降2.7%。

二是民营企业进出口逆势增长。

民营企业进出口7827亿元，增长1.5%，占全国进出口总额的41.6%，同比提高4.6个百分点。其中，民营企业出口和进口分别增长1%和2.8%。

三是对美欧日进出口下降，对周边部分地区出口保持增长。

我对美国、欧盟和日本进出口分别下降9.9%、9.9%和6%，其中出口分别下降5%、7.4%和0.5%。对周边部分地区出口形势较好，

其中，对印度、澳大利亚、香港地区和俄罗斯出口分别增长9.8%、4.8%、2.8%和0.9%。

四是劳动密集型产品出口好于整体，主要大宗商品进口量增价跌。

七大类劳动密集型产品出口2665亿元，下降1.3%，降幅低于整体5.3个百分点。其中，玩具、纺织品和塑料制品出口分别增长17.6%、2.5%和1.2%。机电产品出口6327亿元，高新技术产品出口2942亿元，分别下降6.8%和4.7%。

五是东部地区降幅较小，部分中西部省份较快增长。

东部地区进出口15835亿元，下降9%，降幅低于整体0.8个百分点。其中，东部地区出口下降4.3%，福建和广东出口分别增长1.7%和0.6%，占全国出口总额的比重同比分别提高0.5个和1.9个百分点。中部地区进出口1387亿元，西部地区进出口1590亿元，分别下降14.6%和13.7%。其中，中、西部地区出口分别下降16.3%和16.4%；贵州、宁夏、湖北、内蒙古和重庆出口均保持两位数以上增长。

首月出口普降 稳外贸更多政策或出台

对于中国的出口制造业而言，猴年开门并没大吉。

春节后上班的第二天，海关总署发布了1月份的贸易数据，进出口双双远逊于预期，贸易顺差更是刷新历史纪录。

“春节后很忙碌。”当拨通江苏省一位商务部门官员的电话时得到了这样的答复。这位官员并不是一个人在忙碌，面对严峻的外贸形势，春节前后从上至下，从政府领导到企业家都奔赴了“稳外贸”的前线。

1月15日，分管外贸的国务院副总理汪洋到苏州调研外贸形势，用一天半的时间走访了17家企业，详细了解企业进出口情况、经验做法和政策诉求，并主持召开座谈会听取江苏省、苏州市及部分企业的意见建议。

按照以往的经验，密集调研，了解需求往往都会意味着更多的政策将在随后出台。

密集调研

“加大工作力度，尽快遏制进出口快速下滑态势，防止由减速变为持续失速”是汪洋在结束苏州调研后给出的目标，而要实现这一目标，首先需要的就是了解外贸企业的需求在哪里。

“我们也希望实时了解到企业最大的困难是什么，我们能为他们做些什么。”上述江苏省商务部官员告诉记者，外需在持续恶化，而国内也存在劳动力、土地等要素成本持续上升、产业和订单向外转移加快等问题，这些困难都不是短期可以解决的。“今年我们会加大调研力度，更深入了解企业的需求。”

就在汪洋赴苏州调研的同时，常州市商务局也由书记和局长分别带队，调研走访了重点外贸企业，了解外贸企业2016年的计划目标，以及遇到的困难问题和意见建议。而在西南地

区，云南省商务厅也开展了“助力外贸大走访”的专题调研。

“商务部节前已经开始调研摸底外贸形势，预计今年还会有新的政策出台。”一位接近商务部人士透露，与以往相比，现在主管部门甚至比企业还要敏感，外贸形势不佳，政府部门迫切想要了解企业遇到了什么困难，有什么需求。

“因为1月份的数据不太好看，要防止外贸从减速到失速。”商务部研究院国际市场研究部副主任白明对记者表示，这是春节假期后各级政府都在加紧调研外贸的原因。

“外贸形势好的时候更加注重转方式调结构，形势不好的时候更重视稳增长、怎样调动企业积极性。”白明前几年也曾参加过外贸调研，他认为目前更加注重的是给企业排忧解难，减轻企业的负担。

数据“普降”

1月份的外贸数据和去年相比，不仅仅是双降的幅度在加大，从细分数据来看，无论是从地区结构还是从商品结构来看，都出现了“普降”的现象。

在前五大贸易伙伴中，除了对第四大贸易伙伴中国香港为正增长外，其余都为负增长，对欧盟、美国、东盟和日本贸易分别下滑9.9%、9.9%、10.8%和6%。

出口更加严峻，无论是欧美日三大市场，还是东亚主要经济体，抑或是金砖国家出口增速都在下滑，而且都呈现出了两位数的下滑幅度。例如对欧盟出口增速从上月的1.69%转为-12.04%，对东盟十国出口增速从上月的-6.77%进一步降至-19.77%，对巴西、南非出口分别从上月的-36.15%、-9.97%扩大为-44.36%、-34.7%。

2015年12月20日，中韩、中澳自贸区同时生效，并且在一个月內历经两轮降税，本以为会为处于“寒冬”中的外贸企业注入一针强心剂，但从最新发布的进出口数据上看，无论是同比还是环比，都有不小的下滑，似乎反响一般。

另一个更让人担忧的是，占出口总值55.3%的机电产品也出现了6.8%的降幅，而占出口总值23.3%的服装、纺织品、鞋类、家具、塑料制品等七大类劳动密集型产品出口额也出现了1.3%的下滑。

“机电产品的下降值得警惕。”白明表示，即便是去年整体下跌的时候，机电产品也没有下降，但是今年却出现了下降。和传统产品相比，机电产品的技术含量更高一些，但是现在机电产品也出现了下降，说明外贸新优势的力度还不够，还不足以弥补传统竞争优势的

减弱，应该加大培育力度。

“目前全球经济在金融危机后还没有完全走出来，美国经济缓慢复苏，欧盟、日本虽走过了最困难的时期，但离完全恢复还差得比较远。”商务部研究院外贸所所长李健表示，1月份外贸的下降反映出外部环境不乐观，中国外贸自身也在调整过程中。中国外贸必须从几十年依赖要素投入、人口红利的传统模式中走出来，创造新的竞争优势并非一朝一夕之事。

“未来的中国外贸，需要更多在转型升级上做文章。”白明对记者表示，通信、核电、高铁这样高大上的大型设备，有一定产业基础的行业，可以加大培育力度。还有一些产业在国际占有率还不太高，例如汽车，中国是第一大产销大国，但出口还不是，也需要培育。（文章来源：华夏时报）

国务院：继续发展纺织服装等产业

1月18日，《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》发布。

《意见》提出，将加大财政支持力度，推动加工贸易转型升级和梯度转移；大力发展先进制造业和新兴产业；支持企业创建和收购品牌，顺应互联网发展新机遇；引导建材、化工、有色、轻工、纺织、食品等产业开展境外合作。

《意见》称，要坚持始终坚持稳中求进、着力推动转型升级、大力实施创新驱动、合理统筹内外布局 and 不断优化营商环境等五大基本

原则。

《意见》还表示，到2020年，加工贸易创新发展取得积极成果，进一步向全球价值链高端跃升。一是产品技术含量和附加值提升，由低端向高端发展。二是产业链延长，向生产制造与服务贸易融合发展转变。三是经营主体实力增强，由加工组装企业向技术、品牌、营销型企业转变。四是区域布局优化，逐步实现东中西部协调发展和境内外合理布局。五是增长动力转换，由要素驱动为主向要素驱动和创新驱动相结合转变。

金融支持工业稳增长调结构增效益意见出台

为进一步增强金融服务能力，突破工业转型发展面临的融资难、融资贵瓶颈，加大金融对工业供给侧结构性改革和工业稳增长、调结构、增效益的支持力度，推动工业去产能、去

库存、去杠杆、降成本、补短板，加快工业转型升级。中国人民银行、发展改革委、工业和信息化部、财政部、商务部、银监会、证监会、保监会等部门联合印发《关于金融支持工

业稳增长调结构增效益的若干意见》。

《意见》要求加强货币信贷政策支持，营造良好的货币金融环境，着力加强金融对工业供给侧结构性改革的支持，落实差别化工业信贷政策；加大资本市场、保险市场对工业企业

的支持力度，加大工业企业直接融资的支持力度，提升各类投资基金支持能力；推动工业企业融资机制创新；促进工业企业兼并重组；支持工业企业加快“走出去”；加强风险防范和协调配合，切实防范化解金融风险，加强协调配合。

国务院确定金融支持工业增效升级措施

1月27日召开的国务院常务会议，确定金融支持工业增效升级的措施，壮大实体经济基础；决定推动《中国制造2025》与“互联网+”融合发展；决定清理规范一批政府性基金收费项目，持续为企业减负等。

会议指出，用好和创新金融工具，支持工业增效升级，是金融更好服务实体经济的重要内容。实施《中国制造2025》对促进制造业升级等发挥了积极作用，这也是深化供给侧结构性改革的重要内容。包括：

一要以推进数字化、网络化、智能化制造为抓手，培育制造业新模式、新业态、新产品。

二要抓紧发布智能制造、绿色制造、质量品牌提升等11个配套实施指南、行动计划或专项规划。促进大中小企业、初创企业、高校、

科研院所等多方协同。

三要完善加计扣除等政策，设立“中国制造2025”专项资金。

四要加强标准建设，面向市场多样化需求，制造消费者和客户需要的高质量中高端产品。

五要加强国际交流。

会议决定，从2月1日起，一是依法将2项基金征收标准降为零，停征7项征收对象相同、计征方式和资金用途相似的政府性基金，取消地方违规设立的政府性基金。

二是将3项基金的免征范围扩大。免征政策长期有效。今后一般不再新设政府性基金项目。

国务院五举措促科技成果转化

2月17日召开的国务院常务会议明确提出，为了更好发挥科技创新对稳增长、调结构、惠民生的支撑和促进作用，国家将出台支持科技成果转移转化的政策措施，促进科技与经济深度融合。

为了解决我国科技经济“两张皮”现象、科技成果转化率仅有10%等体制问题，全国人大在去年修订了《促进科技成果转化法》。此次国务院会议提出的改革措施，既是落实《促进科技成果转化法》的重要措施，也是深化科

技体制改革的重要内容。

会议确定，鼓励国家设立的研究开发机构、高等院校通过转让、许可或作价投资等方式，向企业或其他组织转移科技成果，并享受以下五个政策，以调动创新主体积极性。

一是自主决定转移其持有的科技成果，原则上不需审批或备案。鼓励优先向中小微企业转移成果。支持设立专业化技术转移机构。

二是成果转化收入全部留归单位，主要用于奖励科技人员和开展科研、成果转化等工作。科技成果转移和交易价格要按程序公示。

三是通过转让或许可取得的净收入及作价投资获得的股份或出资比例，应提取不低于50%用于奖励，对研发和成果转化作出主要贡献人员的奖励份额不低于奖励总额的50%。科技人员在成果转化中开展技术开发与服务等活动，可依法依规获得奖励。在履行尽职义务前提下，免除事业单位领导在科技成果定价中因

成果转化后续价值变化产生的决策责任。

四是科技人员可以按照规定在完成本职工作的情况下到企业兼职从事科技成果转化活动，或在3年内保留人事关系离岗创业，开展成果转化。

五是将科技成果转化情况纳入研发机构和高校绩效考评，加快向全国推广国家自主创新示范区试点税收优惠政策，探索完善支持单位和个人科技成果转化的财税措施。

2016年非洲经济增长乐观

根据联合国非洲经济委员会的报告指出，2016年非洲经济平均增长预计4.4%，高于2015年3.7%的经济增长。联合国经济专家对非洲经济表示乐观，认为经济长的主因是内需增加、经商环境改善、公共投资增长，特别是基础设施建设方面，再加上经济发展平稳、服务业增长刺激以及与新兴经济体的经贸投资关系加强等因素，预计这股动力可持续带动至2017年的经济发展。

该报告认为，东非会是非洲大陆中表现最

好的地区，该地区2016年经济受外来投资增长的带动，可望由上年的6.2%提升至6.8%。此外，西非地区2016年的经济增长也可望由上年的4.4%增长到5.2%，2017年更可能持续攀升至5.3%。

中部非洲预估经济增长率可由2015年的3.4%上升到2016年的4.3%；北非约可由3.6%上升到4.1%；南部非洲经济增长率可望由上年的2.5%上升到3.0%，2017年更可能达3.5%。

越南可能取代中国成为全球最大棉花进口国

2015/16年度，中国棉花消费量预计为710万吨，同比减少5%，已连续第六年减少。尽管如此，中国仍是全球最大棉花消费国。

2015/16年度，全球棉花消费量为2410万吨，同比减少1%。因中国和国内市场对棉纱的需求增加，印度棉花消费量逐渐接近中国，过去三个年度印度棉花消费量累计增长了27%，2015/16年度预计达到550万吨，同比增长2%。巴基斯坦消费量预计为220万吨，同比减少12%；土耳其消费量稳定在150万吨，越南和孟加拉国消费量预计分别增长22%和13%，达到110万吨。

由于国内棉花消费减少而且棉花价格下跌，2015/16年度中国棉花进口量预计减少40%，为108万吨。不过，如果进口节奏能够保持稳定，越南可能会取代中国成为全球最大棉花进口国。

2015/16年度前四个月，越南进口棉花32.7万吨，而中国只进口了24.7万吨。2015/16年度，越南棉花进口量预计达到110万吨，同比增长17%，孟加拉国进口量预计和中国持平，为108万吨，同比增长12%。

由于生产成本低，尤其是劳动力成本低，目前越南和孟加拉国的棉花消费量都在稳步增

加。

不过，和前三大消费国不同的是，越南和

孟加拉国几乎不生产棉花，而必须依靠大量进口来满足国内需求。

2016年1月巴西自中国进口纺织品增长7.91%

据巴西工业部数据统计，2016年1月巴西自全球货物进口103.23亿美元，同比减少38.82%，自中国进口23.05亿美元，同比减少

37.75%。其中自中国进口纤维、合成纺织品0.66亿美元，同比增长7.91%。

2015年美国棉纺织品进口增长4.9%

据美国官方统计，2015年美国棉纺织品进口量大约相当于1830万包棉花，同比增长4.9%。2016年，棉纺织品进口量预计增加到1880万包。根据NCC的预测，2015年美国进口的所有棉制品中有27%含有美棉，同比下降0.62个百分点，约相当于500万包。

2015年，美国棉制服装进口量折合1310万包棉花，同比增长3.2%，棉制家居用品增长10.7%，约为370万包，棉纱线和棉布进口量增长6.5%，约为150万包。2015年，北美自由贸易区和加勒比地区仍是美国棉制品进口的主要来源。其他主要来源包括中国、巴基斯坦、印

度、中国香港、孟加拉国、越南、韩国和土耳其。

2015年，中国连续第11年成为美国棉纺织品进口最大来源国，进口量大约折合590万包棉花，同比增长5.4%，比2001年加入WTO时增长617%。中国占美国棉纺织品进口的比重从2004年的10.9%提高到2015年的32.1%。巴基斯坦占美国棉制品进口的比重下降到8.5%，印度的占比提高到10.1%，中国香港的占比略微提高0.2%，孟加拉国的比重为7.1%，来自越南的棉制品进口量同比增长11%，比重提高0.4%至7.5%。

来自12国代表在新西兰正式签署TPP协议

来自12个不同国家的代表，包括澳大利亚、文莱、加拿大、智利、日本、马来西亚、墨西哥、新西兰、秘鲁、新加坡、美国和越南，于2月4日在新西兰奥克兰正式签署了跨太平洋伙伴关系(TPP)协议。

据悉，该协议签订于TPP官方文本公布的90天后。2015年11月5日，新西兰政府在其网站上公布了TPP文本。由美国主导、亚太地区12国参与谈判的TPP是一个具有雄心、全面、高标准、平衡的区域贸易协定，意在引领21世纪的国际经贸规则。TPP成员国贸易总额约

占世界的25%，国内生产总值总额约占世界的40%，将对世界与中国产生不可忽视的影响。

不过有分析指出，从目前的情况来看，虽然TPP已经签字，但是否会获得所有成员国的通过还是一个未知数，加上美国大选等政治因素的影响对于协定的不确定性还非常大。反对TPP的声音也一直未间断过。

针对TPP今天在新西兰签署的消息，中国商务部新闻发言人沈丹阳作出回应称，目前，中方仍在根据有关案文对TPP进行全面、系统的

评估。中国将继续按照党的十八届三中全会确定的“建立面向全球的高标准自贸区网络”要求，积极推进《区域全面经济伙伴关系协定》

(RCEP)和中日韩自贸区等谈判，我们希望亚太地区的各项自由贸易安排能够相互促进，共同为亚太地区的贸易投资和经济发展作出贡献。

英国企业看好缅甸市场

缅甸《金凤凰报》报道，据英国商会消息，随着缅甸经济社会的发展，越来越多英国企业考虑进入缅甸市场，预计下届政府执政后，会有更多英国企业来缅投资。该商会负责人介绍称，不少英国企业关注缅甸的政治转型，希望缅甸下届政府给外国投资者带来良好

的投资机遇。

该商会数据显示，2015-2016财年前9月（2015年4月-12月），英国在缅投资额约为5800万美元，而自1988年缅甸开放外资以来，截至2015年底英国在缅甸油气、电力、纺织等领域总投资额约为40亿美元。

2015年越南稳居全球五大纺织品服装出口国之列

2015年，越南纺织品服装出口额达272亿美元，同比增长10%，稳居全球五大纺织品服装出口国之列。《跨太平洋伙伴关系协定》(TPP)正式生效后，越南纺织产业被评价为从中受益最多的领域之一。越南政府正致力于帮助

纺织产业应对新挑战，更新税务、海关、标准等相关规定，颁布促进配套工业、亚麻纤维纺织、印染等领域发展的政策，力争实现2016年纺织品服装出口额增长8%的目标。

2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会亮点颇多

截至2016年2月底，2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会的展商报名工作已接近尾声，新一届展会的基本情况也将初步呈现。日前，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长兼北京泰格斯特国际展览展示有限公司总经理梁鹏程介绍了新一届展会的组织情况，并透露了新一届展会的诸多亮点。

新时间新地点 为品质而改变

新一届ITMA ASIA+CITME联合展，展期从以往的6月变更到了10月，且举办地点也移至位于上海虹桥的国家会展中心。事实上，这样的改变是展会主办方经过调研后作出的决定，虽然对于主办方而言会因此增加很大的工作量，但基于服务行业、企业的原则，他们仍旧主动

进行了改变。“无论时间还是地点的变更，对于整个展会和展商而言都具有十分重要的意义。”梁鹏程说。

“纺机装备随着精密度的提升，对于温湿度的要求越发严格。往届联合展在6月举办，常常都是高温，为了保证展馆温度舒适，空调是必不可少的，但因空调风向较难控制，势必影响一些纺纱设备的正常运转。此外，如此环境很难达到恒温，忽冷忽热同样会让那些精密设备难以呈现出最佳表现。”梁鹏程在提及展会举办时间的变化时提到了往年展商的诉求。改期至10月，无论是展商还是观众，都不必再冒着酷暑穿梭在各个展馆之间了，身心舒畅的同时，人们也能观摩到设备的真实水平了。

对于地点的变化，同样值得人们期待。“以往很多企业的展品会受到场地的限制，无法全面地进行展示。国家会展中心在展台布局跨度和高度上，都少了以往的限制。细纱机长车、大型化纤和产业用设备，都能有充足的空间去展示。”梁鹏程表示。

若说新的展馆结构能够给予展商充足的展示空间，那么优越的交通环境更会成为联合展的新优势。

国家会展中心位于上海虹桥交通枢纽，铁路、航空、公路等都非常便捷，长三角乃至其他纺织集聚地的展商和观众，再也不用穿行上海腹地，一天便能往返于展会和公司。

产需信息沟通想必是每个参展或者观展的人都最为重视的方面，ITMA ASIA+CITME 2016将与行业面料展、服装展、针织展、纱线展等展会在同一地点接力举办，由此将有助于行业在更大程度上推动产需之间的对接和交流。新的纺织业创新趋势和需求方向，新的装备技术和发展理念，都将在10月于国家会展中心快速传递。

与时势同向发展 助创新技术释放

2016年，恰逢国家“十三五”和纺织行业“十三五”开局，无论是社会层面还是行业层面，都释放出了大量的讯息，从这些讯息中，我们看到纺机业发展的前景。

“‘十三五’开局，政府层面上所呼吁和引导的政策方向，很多都与纺织、纺机行业的发展密切相关。从‘十二五’期间的需求拉动消费，到当前的调整供给，其中强调了创新驱动、绿色环保等理念，这些同样是当下纺机行业发展的方向和思路，新一届展会将会有很多与时代同步的创新成果展出。”梁鹏程表示，联合展对于产需交流信息，推动贸易有重要作用，但如今，其价值更在于创新的传导。“联合展的组织工作始终在顺应国家和行业的发展方向，比如近两年随着智能化设备的发展，在联合展上，观众可以感受到纺机装备在数字化、自动化以及智能化等方面的成果；在绿色

环保方面，展出的装备技术在多个工艺领域的不同装备技术上都能得以体现，比如低浴比染色装备技术，高效短流程工艺技术等等，这些都十分契合国家和行业发展的主旋律。”

的确，在历届联合展中，记者们都能明显感受到这样的气息。比如2014年，在劳动力成本大幅上升的背景下，连续化、自动化设备在当年的展会上展出比例很大，经纬股份、常州同和、青岛环球等等都推出了粗细联或者细络联设备，在减员提效方面做足了文章。

精细管理 持续提升展会服务

“作为展会的组织者，如何更好地服务参展企业和观众是我们的目标。为此，我们通过多种途径和方法来提升服务质量和水平。”梁鹏程表示，主办方从展商报名到设备运输，再到现场展示、观众组织以及洽谈环境的维护和知识产权保护等多方面入手，来提升服务力。

“无纸化办公”是联合展这几年在不断推进的工作。“经历了四届展会，行业企业都对展会的组织程序和各种信息申报系统十分熟悉。企业自己通过网络填报信息，让信息更加准确、快捷，我们在进行信息审核时，也更有效率。”多年的磨合与适应，使得联合展的组织工作越发顺畅。为了提高对观众的服务质量，梁鹏程希望能够有更多的企业加入到这一行列中来。

展会主办方的服务提升，不仅细微到观众的入场登记，为了让展商和专业观众能有更多时间进行交流，他们在入场口的布局上也煞费苦心。据了解，新一届联合展将在展场的7个馆中分设多个入口，分散进场人流，改变以往那种单向人流的状态，让每个展馆、展位都将获得更为合理、公平的沟通环境。

此外，为了打造出更为舒适的商务洽谈环境，展会主办方还将更加严格、合理地管控展出设备的演示时间。

每次展会，知识产权保护工作都是备受关注的部分，“展会的主办方和支持者大都是各

个国家和地区的纺机协会，因此，联合展对于知识产权的保护工作也格外重视。”梁鹏程表示，为了维护和鼓励创新，保障展商利益，联合展自举办以来就一直设有知识产权办公室，这几年，随着人们对于知识产权保护意识的不断加强，联合展知识产权办公室的阵容也更加强大，上海知识产权局人员、国内外相关法务人员都有，且整个工作流程也越发细致、有

效。

中国国际纺织机械展暨ITMA亚洲展会，依托其极具口碑的品牌形象和绝佳的地缘优势，不断吸引着全球业界目光，ITMA ASIA+CITME 2016 或将再次刷新展会各项记录，我们拭目以待。

2016春季纽约展： 品牌影响力不断提升 客户粘度持续走高

美国纽约当地时间1月24日，2016年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）（以下简称“纽约展”）春季展暨美国Texworld服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）在贾维茨会展中心开幕。

尽管纽约当地极寒的天气对交通出行造成了一定的影响，但并没有阻挡美国买家的观展热情。随着美国经济形势的好转和展会品牌影响力的提升，纽约展受到了专业观众和展商的追捧，而“纽约纺织周”等配套活动更从多个层面体现了这一采购平台“集约”、“高效”的特点。

贸易氛围浓厚 “粉丝” 粘度增强

受到加拿大寒流和美国加利福尼亚州暴雨的影响，开展前夕，纽约遭受百年一遇的暴风雪。由于天气原因，纽约市1月23日14:30开始全面禁止车辆行驶。而为了保证展商人身安全并确保展会顺利开幕，主办方及时启动应急预案，积极与展馆协调，与展商沟通，将布展时间从1月23日下午调整到次日早晨。同时考虑到极端天气对交通的影响，开展时间向后推迟1小时。虽然天气情况恶劣，但来自美国本土及其他国家的专业观众仍如期而至。从现场状况来看，展馆内的客流量依然可观，展商与买家的洽谈氛围良好，种种迹象都体现了纽约展对观众和参展商的高度黏性。

业内人士指出，专业观众观展热情的高涨与美国消费市场的复苏密切相关。美国消费市场的向好走势，在推动品牌商走访展会、加大新品的采购的同时，也成为纺织企业积极参展的动力所在。

本次展会共有来自15个国家和地区的近300家参展商参展。展览会由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览（美国）公司承办，中国参展商以国家展团的形式嵌入到同期同馆举办的美国Texworld服装面料展（Texworld USA）和纽约国际服装采购展（APP）两个专业展览中，形成产业链系列展览会。

参展的208家中国企业中，除了来自江苏、浙江、广东、山东、上海、福建、安徽等纺织大省的企业外，辽宁、黑龙江，内蒙古等一批东北及边疆地区的企业也纷纷报名参展。此外，企业报名非常踊跃，报名截止日期前1个月展位就已全部售罄。受到展馆空间的限制，近30%的企业无法参展。

增值服务加码 趋势发布升级

实际上，纽约展展位供不应求的情况已经连续出现了几年。这主要是有两方面原因，一方面，参展企业对纽约展给予高度的肯定和认可，多年来陪伴展会一同成长，不离不弃。越来越多企业经过几年的坚守，收获一批又一批

的重要客户，并将纽约展作为美国参展的首选。另一方面，作为对展商的回报，主办方不断深耕细节、提升服务，使得展会一直向好发展。

为了提升展会的指导意义，本次纽约展趋势区继续由法国2G2L担任发布工作。2G2L为法国著名时尚设计机构，连续几届为Texworld和中国纺织品服装贸易展发布的趋势在业内颇受好评。另一方面，随着海外参展经验的累积，中国展商近些年边学习、边调整。因此，其展品的质量、花色、款式、设计等方面都有明显提高。本次趋势区布展水平比以往有所提高，中国展商提供的样品水准也有了大幅提升。

此外，本届纽约展的现场活动也颇具看点。“Cutting Edge Awards Ceremony”通过对所有展商的评估，最终评选出“最佳环保企业”、“最佳展位布置”、“牛仔创新企业”等奖项；主办方还新增了vip买家见面会，希望最大程度的提升展商与观众的对接效果；为了庆祝莫代尔产品问世50周年，兰精公司还现场举办了答谢招待会。

纺织周再发力 集聚效应凸显

在纽约当地政府的支持下，2015年春季纽约展开始正式引入“NYC Textile Week（纽约纺织周）”的品牌概念。在去年夏季“纽约纺织周”期间，除纽约展(APP、HTSE、Texworld

USA)3个展会外，还有主要定位于男装的MRket（男装展）、Project NewYork（男士休闲装展）和TENTS（男装展）、AGENDA（潮流服装服饰），牛仔品类为主的KINGPINS Show(牛仔精华秀)，以及面料为主的PV New York [PV面料（纽约）展]和Milano Unica New York [米兰面料（纽约）展]等业内众多知名展会齐聚纽约，同期举办。展示了纺织产业链之间强大的集聚效应，提升纺织服装产业在社交、教育、商业和文化方面的综合影响力，突显“中国制造”在全球纺织产业链中的重要力量。

2016年春季“纽约纺织周”期间，除了纽约展(APP、Texworld USA)及其他配套活动外，还增加了CITY SOURCE展以及同期举办的IDEAS FOR CHANGE论坛。

CITY SOURCE属于贸易类的展会，每半年在纽约时装设计学院举办，主要为设计师和小规模制造商搭建合作平台。作为纺织周期间的特色活动，The Ideas for Change论坛通过行业大咖对时尚产业的解读，力求提升产业创新能力，从而推动时尚产业快速发展。

来自美国本土的时尚买手表示：“‘纽约纺织周’不仅联通了在纽约市举办的所有纺织类展会，并且能提供全球范围内的品类繁多的纺织产品。同时也为我们带来了对于时尚产业的思考和解读，这是真正意义上的纺织盛宴。”

匠心十年琢成器 2016法国春季展如约而至

猴年伊始，法国当地时间2月15日，由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（法国）有限公司共同承办的2016中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）春季展暨巴黎国际服装服饰采购展（CTAF/APP Paris）（以下简称“春季巴黎展”）在巴黎布尔歇展览中心开幕，同期同馆举办的还有欧洲知名的Texworld服装面料展，AVANTEX及AVANPRINT展，四展合一，展会

平台更加专业化和细分化。

2016春季巴黎展参展企业200余家，来自中国、孟加拉、法国、印度、日本、缅甸、土耳其、葡萄牙以及香港与台湾地区。展商国际化程度进一步提升，继上届展会新增孟加拉和越南展团后，本届展会缅甸展团也是第一次集体亮相，展出规模较去年同期增长40%。匠心十年，巴黎展已经成为欧洲市场上首屈一指的

专业性国际服装采购展。开展第一天，观众数量超过预期，比2015年春季展和秋季展人数有大幅增长。

备展更细心，参展效果更显著

在2016年大背景下，本届展会企业报名十分踊跃，截止日期前就完成了所有展商报名工作；从新老参展企业比例来看，老展商回头率稳定，近几届巴黎展重复参展率都保持在较好的水平，今年展商重复参展率更是达到了50%。近两届的春季巴黎展接连出现展位供不应求、展商排队现象，去年春季巴黎展净面积增幅明显。一方面归结于巴黎展这个平台多年来的发展和积累使企业从中得到了实打实的效果；

另一方面也表明企业本身对欧洲市场一直都保持着积极的态度和十足的信心。

本届展会上，宁波高度进出口有限公司、杭州趣尚、南通美瑞、浙江中大、晋江爱涑等一批老展商展出专门开发的新产品外，还将有常熟市天玑商贸、常熟市豪特制衣，南京信圣美、浙江德珞诗，上海华泉等展商为展会带来的新气象。整个展会产品构成、新老展商比例的渐趋合理，已经成为欧洲市场首屈一指的专业性国际服装采购展。而企业在对待市场、选择产品的时候也更加理智，成熟。

从事多年外贸加工企业晋江爱涑服装有限公司总经理陈闽对欧洲市场有自己独到的理解。“开拓任何市场都需要进行理性分析。受经济影响，欧美市场服装廉价化已为大势所趋，目前该地区消费还处在低位，人们也不再需要像经济繁荣时穿戴讲究，因此休闲装的消费体量会逐渐增加。我们判断，休闲装市场在欧洲将具有比较广阔的发展空间。”专业研发、生产休闲时尚男女夹克和棉衣的爱涑服装，对欧洲市场依然非常看好的，以外贸生产加工为主的企业在转型做自主品牌的同时，需要提升产品的附加值。通过加强产品研发设计，以及加快市场拓展实现整体发展的推进。

作为巴黎展的老人，浙江中大服装有限公

司参展有着自己明确的原则和定位。浙江中大服装有限公司总经理应丽萍曾经表示：“中国企业必须真正了解目前‘中国制造’的这种困局。我们与东南亚加工业相比，我们并没有成本优势。在这个产业链里，我们只能获得很小价值，只有靠‘品牌’才能超过他们。”据了解，中大集团从1999年开始做外销，其外销的品牌外销品牌是SENDI，国内品牌OLLAVILA，两种风格有着不同的产品风格。

常熟市天玑商贸有限公司十分懂得欧洲买家对环保的需求，产品环保标准非常高。公司负责人表示：“我们这次展出的都是全新开发的男女款夹克/西服，产品不用羽绒，都用的是ECODOWN（环保棉），我们的口号：SAVE THE DUCK。”

“我们专业生产休闲户外产品，主要针对欧洲市场。我们的产品是把户外运动的工艺和休闲时装的结合，这种结合体现在面料以及拼缝压胶等方面。”南京信圣美贸易有限公司负责人表示：对于产品类型，公司有做年龄段的区分。40-60岁左右的年纪，相对具有购买力，款式适宜简洁干净，面辅料品质及价格可以稍高一些，切线尽可能少。25-40岁左右的年纪，款式以时尚为主，可以体现在一些细节上，例如拉手袂，绳卡等成本不会太高，但是可以提高整体亮度的小装饰件上，车缝方面也可以相应增加一些装饰的车线。在颜色方面，也做了区域性的区分，例如德国人比较严谨，偏好深色系列，荷兰人比较开放，适合一些鲜艳的颜色。

贴心服务只求更加实效

近两届的巴黎展，秀场都是特别吸引人眼球的地方。去年春季巴黎展上，中国女装生产商上海朗坤纺织有限公司的展品首次得到展示后，秋季巴黎展更是举办了“中国走秀专场”。此项服务是主办方提供的免费增值服务之一，也是首次有中国展商参加的展会现场时装秀。本届展会仍有Apparel Sourcing专场走秀，向参展企业提供展品免费走秀机会。

为了巩固并增强展商的参展效果，主办方

还提供了相关流行趋势手册供参展企业下载浏览，为方便中国展商，此手册在英文版的基础上还增加了中文版，极大地提高了参展附加值。

近年来，针对中国参展商普遍存在的展台布置和展品摆放不够吸引人的通病，主办方每届展会现场都出资邀请法国专业的市场顾问为中国企业布展支招。经过专业人员的指导，中国展商的布展更好地顺应了欧洲买家的习惯，展位人气明显提升。

此外，主办方通过多种方式继续加大展会在欧洲的宣传力度。并且也细心的为展商提供多种途径进行自我宣传和曝光。今年春季展中，展商可以通过展会指南、胸卡、展会

APP、环保手提袋、facebook等多种方式展示自己公司的形象和展位号，同时，新闻中心的大门一直都为企业敞开。展商可以将宣传资料陈列在新闻中心，方便媒体报道使用，这些宣传服务在企业中得到了积极的响应。一些展商表示，此举帮助企业在欧洲媒体的曝光率得到了提高，品牌得到了宣传，同时也树立了良好的企业形象。

近两年，中国展商已经逐渐从传统的单纯接单的参展模式向更加立体的模式转变，无论是趋势发布、趋势展示还是新闻宣传，都是帮助企业引领潮流和建立时尚话语权的重要手段。企业也能更加积极地参与到各项活动中来，使展会的附加值得以充分体现。一步步走来，展会和展商都愈发成熟。

2016春夏面辅料展：预登记助你轻松观展

2016年中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会将于3月16-18日在国家会展中心（上海）举办。本届展会展出规模达160000平米，吸引了来自28个国家和地区的3200家展商。同期同地展会还有：中国国际服装服饰博览会（春季）、中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会和中国国际针织（春夏）博览会。

为了节约观众排队等候的时间，主办单位开通了两种观众预登记方式，赶快行动吧！

官网预登记

登录www.intertextile.com.cn，进入“观众预登记”系统。在1月23日-3月12日期间进行观众预登记，观众可以获得观众编码，凭确认邮件中观众编码或手机号码到展会现场“预登记观众柜台”换取观众胸卡快速入场。

微信预登记

登录面料展官方微信，点击“观众预登记”进入预登记操作，填写相关信息。3-5个工

作日审核，通过后获取邮件及短信通知；也可在官微“观众预登记”中，直接获取观众条码，到展会现场“预登记观众柜台”扫码换取观众胸卡快速入场。

预登记观众专享服务:

- 1、凭预登记条形码或短信代码到现场登录预登记窗口换取观众胸卡，可快速入场，节省排队时间；
- 2、现场免费领取10元餐饮代金券1张；
- 3、免费出席所有同期活动。



面料展官微二维码

2016春季家纺展：免费微信观众预登记开通啦

2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会将于3月16-18日在国家会展中心（上海）举办，为了节约您排队的时间，主办单位开通微信观众预登记系统，欢迎预登记。

拿起手机，添加"intertextile家纺展"微信订阅号，即可轻松在线预登记，省去展会现场登录台手填资料、排队换取胸卡等复杂程序。

第一步：打开微信，添加"intertextile家纺展"订阅号。当然，也可直接扫展会的官方二维码进行添加：在手机上长按该二维码，即可成功添加。

第二步：添加成功后，点击"16春夏展"标题即可出现"观众预登记"等字样。再次点击"观众预登记"，便可轻松正式进入预登记步骤。

第三步：请如实填写基本信息，填好后，

请点击"下一步"。

第四步："调查问卷"部分，可以帮助展会组委会更有针对性的为您提供感兴趣的产品及相关内容，您只需勾选即可。

第五步：以上四步完成后，即登记成功！手机上会显示您已经预登记成功。同时，您还会在自己预登记时所留的手机号上，收到一条短信提示，里面附有预登记号、展会举办时间等相关内容，方便您查询。



家纺展官
微二维码

2016春夏纱线展：观众预登记正式启动

2016年中国国际纺织纱线展览会（春夏）将于3月16-18日在国家会展中心（上海）举办。官网预登记系统已经开通，有需要的观众可以前往官网进行观众预登记。预登记方法具体操作如下：

登录<http://www.yarnexpo.com.cn/>，点

击“我要参观”进入观众预登记页面，选择“在线预登记”选项进入系统进行登记，填写相应信息。登记成功后，可以获得观众编码。凭借确认邮件中观众编码或手机号码到展会现场“预登记观众柜台”换取观众胸卡快速入场。

2016春夏面辅料展：特色展区抢先看

皮草专区

最近，霸王级寒流席卷全国，让不少人感觉到了这个冬天深深的寒意。“取暖靠抖”不再是东北的专利，皮草销售也不再区分地域。借着这股寒流，皮草界的领军企业哥本哈根皮草驻北京办事处携手中国美术学院和海宁皮革城，一起在2016intertextile春夏面辅料展上大手笔

圈地，启动了该展有史以来最高级别的防寒捂装机制。

虽然在国际时尚舞台上，皮草总是成为镁光灯追逐的焦点，但离开秀场，皮草又似乎很容易被其奢华的外表和略微夸张的气场而限制。在今年的intertextile春夏面辅料展上，丹麦哥本哈根毛皮中心北京代表处协同中国美

术学院、海宁皮革城，藉设计师们独特的创意和对时尚潮流的把控，诠释皮草行业与时装行业的融合之道。“哥本哈根皮草是全球最大皮草时尚面料的提供商，中国美术学院是全国高校时尚设计和趋势的高等研究机构之一，海宁皮革城则凝聚了江浙沿海和内陆的众多实力生产加工商。三家联合，将皮草、皮革面料的设计、运用和生产融汇贯通，将产、学、研连接起来，是将皮草面料趋势研发与生产生活的有效结合。”哥本哈根皮草驻北京办事处的负责人介绍。

多年以来，作为全球皮草服装消费大国的中国，传统型的整貂或狐狸大衣一直是市场需求的主体，但近几年的市场中，越来越多的服装企业开始将目光聚焦于皮草面料独特的质感与光泽上，常常将皮草皮革等面料作为服装的一部分，与其他材质面料形成对比，成为整件服装的点睛之处，大大提高了皮草面料与时装的结合性。正是基于这样的认知，前不久，哥本哈根皮草宣布经过8年筹谋的“哥本哈根皮草×设计师系列”年度项目将从2016年起正式面向市场和消费者。

“中国皮草市场正在逐渐趋向年轻化、时尚化、装饰化。由于近年来国际时尚对国内年轻消费者的影响越来越深入，皮草也从保暖的单一功能向时尚化和运动化演变，与当下流行文化和流行趋势结合更紧密。皮草配饰和皮草玩偶成为时尚潮人的新宠。针对这种趋势与行业发展态势的变化，皮草企业、行业在发展中应该更多地关注消费心理、消费行为与流行趋势的变化和对皮草行业的影响，及时研发更具功能性、时尚性和可以有效投入生产的皮草面料。而参加intertextile春夏面辅料展，就是皮草企业获取市场信息、把握市场脉络最为便利的方法。”哥本哈根皮草驻北京办事处的负责人认为。

不论你是从五十年等一场飘雪的广州一路欣喜而来，还是从冻得企鹅都发抖的哈尔滨出发，在风中凌乱了一路，在2016intertextile春夏面辅料展皮革皮草区，有重磅嘉宾哥本哈根皮草的守候，相信都能让你在不远的春天找到心仪的全副武装，采购得兴尽而归。

辅料展区

纺织服装界巅峰之争的决胜要点已然开始在毫厘之上，在这个圈儿里，“细节决定成败”不仅是一句老生常谈，更是打造金字招牌的点金水--服装品质的彰显不仅仅在触感优异、织造精良的面料上，还在纽扣、线头、拉链、标签、花边……这些体积虽小，但却十分“压秤”的辅料上显露无疑。

有人戏称：“辅料就像T台旁的补光灯一样，虽然秀场中已有镁光灯将色调定好，但仍需补光灯细致入微的紧密配合，才能完美地体现服装在模特身上展现出的光影变幻。”可见，辅料不仅是服装设计生产的必备品，更是高下立见的点睛之笔。在2016Intertextile春夏面辅料展的8.1号馆，这些不可或缺的细节品位之作将集中亮相，汇聚近300家海内外知名辅料企业，展出规模达1.3万平方米。

提到辅料展区，是不是很容易产生产品展位分类难以明确的感触？在本届Intertextile春夏面辅料展上，辅料展区在布局上强调了产品类别的细化分区，形成了纽扣、拉链、商标吊牌、织带、里料、衬料、蕾丝/花边、饰品等规模化产品区域，为专业辅料采购商在辅料展区实现对所需辅料产品的快速寻找提供了十分便利的条件，专业观众们心中的“一站式采购”不再是个传说，在全品类辅料集中优势明显的8.1号馆就能轻松实现。

工艺精良的蕾丝、精细抛光的纽扣、设计感十足的标签、紧密贴合的拉链……不需要过多的语言介绍，在Intertextile春夏面辅料展，只要来到辅料展区，你就能确定这些精工制作的辅料正是企业所需要的。随着春季展辅料展区的不断发展，有越来越多的国内外优秀辅料参展商实现了市场渠道的开拓和企业形象的提升，开启了各自的辅料品牌时代，而Intertextile春夏面辅料展也已成为辅料行业的开年风向标，受到越来越多的瞩目。

期待，本届Intertextile春夏面辅料展8.1号馆的辅料展区，上演细节之争，品位十足的魅力戏码。

刊头题字：杜钰洲
顾问：王天凯 许坤元
张延恺 陈伟康
徐晋昶 富荣沛
编辑委员会：徐迎新 杨兆华
林云峰 梁鹏程
主编：梁鹏程
执行主编：林学森
副主编：孙凌

以下方式可以联系到我们

编辑部地址：
北京东长安街12号436室
邮编：100742
电话：(010) 85229397
传真：(010) 85229196
E-mail: sunling@ccpittex.com
网址: www.ccpittex.com



纺织贸促会开通官方微信了!

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫